



Informe relatiu a la contractació de serveis de conceptualització i desenvolupament creatiu, disseny gràfic i producció fins a màsters i per a l'adaptació de la creativitat de les campanyes i accions de Comunicació del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos

Sobre B

(Criteris judici valor – fins a 40 punts)

Contracte	23003486
Objecte	Serveis de conceptualització i desenvolupament creatiu, disseny gràfic i producció fins a màsters i per a l'adaptació de la creativitat de les campanyes i accions de Comunicació del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos

L'objecte del contracte es divideix en els següents lots:

Lot 1: Conceptualització de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació amb el disseny i la producció dels màsters.

Lot 2: Adaptacions de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació.

Només en el lot 1 hi ha criteris d'adjudicació avaluable mitjançant judici de valor.

VALORACIÓ DELS CRITERIS DE JUDICI DE VALOR DEL LOT 1

RECEPCIÓ D'OFERTES

S'han rebut ofertes de les següents empreses, que es procediran a valorar:

DLAB	B64085954
CONCOCO COMUNICACIÓN, S.L.	B63918585
TOWN (EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.)	B61504551
JOFRE SANFELIU SANFELIU	53089321P
POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, S.L.	B62279856
CENESEPRO, S.L.	B64218381
RDCOMUNICACIÓ 2018, S.L.	B67295493
SAPRISTI ESTUDIO CREATIVO, S.L.	B63551378
FOLCH STUDIO, S.L.	B64307523
MINIMILKS	B55127781
JAX HONEST, S.L.	B66634577
TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	B83013607
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	B66820853
CHÂRLES PUBLICITAT, S.L.	B66362203
QUIN TEAM, S.L.	B62181409
SOMETHING TO SAY, S.L.	B66858606



AFTER WORLDWIDE, S.L.	B64457427
EL GUATEQUE, AGENCIA DE COMUNICACIÓN, S.L.	B66694886
LAB CREATIVE STUDIO	B67326272
BOSCH TORRELLES	UTE_18A825D8
WE ARE COCU, S.L.	B64914708
BWORLD PRODUCTIONS, S.L.	B66206772
PROXI DESIGN, S.L.	B10721256
WIN & KEN, S.A.	A58602467
ATIPUS, S.L.	B62158381
BOTH PEOPLE & COMMS, S.L.	B62934682
FUERA DE CAMPO PRODUCCIONES, S.L.	B66308073
TEMAS DE COMUNICACION PUBLICITARIA, S.A.	A60449535

RESUM CRITERIS ADJUDICACIÓ AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR

Segons es detalla a la clàusula 10 del Plec de clàusules administratives, d'acord amb la Instrucció de l'Ajuntament de Barcelona de 8 de març de 2018, d'aplicació de la LCSP, publicada en la Gasetta del dia 9, la ponderació màxima dels criteris d'adjudicació a partir d'un judici de valor no supera els 40 punts. La puntuació màxima serà de 40 punts.

La valoració dels criteris sotmesos a judici de valor s'ha fet en base a l'execució de la proposta de materials previst al PCAP, ja que s'ha considerat que aquesta és la millor manera d'obtenir el material necessari per efectuar la valoració qualitativa.

Les empreses han dut a terme un exercici que consistia en l'elaboració d'una proposta de materials.

En base al contingut de la proposta de materials, conforme al previst al PCAP;

1. Proposta de materials, fins 40 punts

La valoració dels criteris sotmesos a judici de valor es farà en base a l'execució d'una proposta de diferents materials, ja que es considera que aquesta és la millor manera d'obtenir el material necessari per efectuar la valoració qualitativa.

Així doncs, l'empresa haurà de presentar els següents materials en base al Briefing proposat a l'Annex d'aquest document. Aquest exercici haurà de contenir:

- un cartell amb un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical en format PDF (DIN 4)
- un claim
- una proposta de story dinàmic d'Instagram

No es valoraran, per a la possible obtenció de puntuació, les propostes presentades en un format diferent de l'indicat.

Es considera incloure aquest criteri per tal de poder valorar un petit exemple de la creativitat de l'empresa i la seva habilitat per desenvolupar i conceptualitzar



campanyes des de la vessant de la creativitat, que és una de les parts previstes pel desenvolupament del servei.

Les empreses licitadores hauran de saber modular la creativitat i el to comunicatiu per tal d'apropar-se al màxim al context, captant l'atenció del/s públic/s, creant l'impacte desitjat i transmetent el missatge de l'Ajuntament.

D'acord amb la clàusula 9 del PCAP, la presentació de les ofertes presumeix l'acceptació incondicionada per l'empresa licitadora del contingut de la totalitat dels plecs, sense excepció.

Així mateix, les empreses interessades podran requerir informació addicional sobre els plecs en les condicions establertes a l'article 138.3 LCSP. Les respostes emeses respecte aclariments dels plecs i resta de documentació reguladora de la licitació es publicarà de forma agregada sense identificar l'emissor de la consulta en el perfil de contractant. **Les respostes tindran caràcter vinculant.**

En data 23 de febrer a les 15:00 hores, es va publicar al perfil del contractant la següent resposta:

D'acord amb la clàusula 10 del PCAP, l'empresa haurà de presentar un exercici pràctic que haurà de contenir:

-UN ÚNIC cartell amb un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical en format PDF (DIN 4).

-UN ÚNIC claim.

-UNA ÚNICA proposta de story dinàmic d'Instagram.

No es valoraran, per a la possible obtenció de puntuació, les propostes presentades en un format diferent de l'indicat. Per tant, la proposta tècnica s'ha d'ajustar a les característiques indicades al plec de clàusules administratives.

No es valoraran, per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material no previst al PCAP.

En data 23 de febrer a les 14:55 hores, es va publicar al perfil del contractant la següent resposta:

D'acord amb la clàusula 10 del PCAP, l'empresa haurà de presentar un exercici pràctic que haurà de contenir:

- UN ÚNIC cartell amb un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical en format PDF (DIN 4).

- UN ÚNIC claim.

- UNA ÚNICA proposta de story dinàmic d'Instagram.

No es valoraran, per a la possible obtenció de puntuació, les propostes presentades en un format diferent de l'indicat.

Per tant, l'única part de l'exercici on s'indica quin és el format requerit, és el cartell amb un exemple de proposta gràfica el qual ha de ser necessàriament en format horitzontal



i vertical en format PDF (DIN 4). 1 pàgina PDF (DIN 4) per la proposta en format vertical i 1 pàgina PDF (DIN 4) per la proposta en format horitzontal.

En data 23 de febrer a les 14:30 hores, es va publicar al perfil del contractant la següent resposta:

D'acord amb la clàusula 10 del PCAP, l'empresa haurà de presentar un exercici pràctic que haurà de contenir:

-UN ÚNIC cartell amb un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical en format PDF (DIN 4).

-UN ÚNIC claim.

-UNA ÚNICA proposta de story dinàmic d'Instagram.

No es valoraran, per a la possible obtenció de puntuació, les propostes presentades en un format diferent de l'indicat.

Per tant, l'única part de l'exercici on s'indica quin és el format requerit, és el cartell amb un únic exemple de proposta gràfica el qual ha de ser necessàriament en format horitzontal i vertical en format PDF (DIN 4). 1 pàgina PDF (DIN 4) per la proposta en format vertical i 1 pàgina PDF (DIN 4) per la proposta en format horitzontal.

Pel que fa a la proposta de story dinàmic d'Instagram, no s'exigeix un format concret, podent-se presentar en format MOV, MP4 o GIF. Pel que fa al claim, per les característiques del mateix, no requereix de moltes pàgines. No entenem on aplica la pregunta que plantegeu.

Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, defineixen de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un UNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Per tant, totes aquestes propostes gràfiques que no reuneixen els requisits demanats, bé perquè manca un dels dos formats demanats (horitzontal o vertical) o bé perquè no es tracta del mateix cartell en els dos formats demanats, no han pogut ser valorades com a criteris de judici de valor.

En aquelles propostes que han presentat l'exemple de proposta gràfica dins d'un dossier, únicament s'ha valorat el cartell, sempre que compleixi amb els requisits de format demanats (mateix cartell en els dos formats requerits). La resta de material addicional no s'ha tingut en compte a l'hora de fer la valoració.

Els criteris que es tindran en compte per valorar aquest apartat són:

1.1. Adequació de la imatge al tipus de públic al qual va dirigida, segons el punt **Públic Objectiu** que es defineixen al briefing, fins a **8 punts**

L'adequació de que la idea creativa s'adrexi al públic objectiu és clau per a la sensibilització i conscienciació dels mateixos i conseqüentment, de l'èxit de la campanya.



Els 8 punts es ponderaran de la següent manera:

- Molt bé: Es valoraran amb la màxima puntuació les propostes de les empreses licitadores que hagin preparat una imatge que encaixi perfectament amb els tres públics objectius al qual s'adreça, contemplats al Briefing; 8 punts
- Bé: Es valoraran amb aquesta puntuació les propostes de les empreses licitadores que hagin preparat una imatge que pot encaixar amb dos dels tres dels públics objectius als quals s'adreça, contemplats al Briefing; 5 punts.
- Insuficient: Es valoraran amb aquesta puntuació les propostes de les empreses que hagin preparat una imatge que només pot encaixar amb un dels tres públics objectius als quals s'adreça o que no encaixa amb cap, dels contemplats al Briefing; 0 punts.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;

1. Adequació de la imatge al tipus de públic al qual va dirigida, segons el punt Públic Objectiu que es defineixen al briefing	Puntuació màxima 8 punts
DLAB	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Encara que les fotografies utilitzades en ambdós cartells són molt semblants – un grup de joves – no es la mateixa. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
CONCOCO COMUNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia de dos agents del cos policial d'esquenes que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	



TOWN (EXTERNA COMÚNICACIÓ, S.L.U.)	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 20 i el cartell horitzontal de la pàgina 23 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>La proposta encaixa amb els tres públics descrits al briefing. La presència significativa de dones atenant a la ciutadania pot cridar l'atenció del públic objectiu de dones descrit al briefing. Així mateix, la presència de la ciutadania a peu de carrer encaixa amb el públic objectiu de ciutadania en general. La presència clara i significativa dels cossos uniformats en la proposta en actitud d'atendre a la ciutadania (es pot llegir fins en 4 ocasions "Policia" en els uniformes dels agents de la proposta presentada) encaixa amb el tercer públic objectiu descrit al briefing (persones interessades en formar part dels cossos uniformats).</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
JOFRE SANFELIU SANFELIU	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta encaixa amb dos dels públics descrits al briefing. La presència significativa de la dona amb mirada directe a càmera en la proposta (proporcionalment ocupa una part molt significativa del total de la proposta) pot cridar l'atenció del públic objectiu de dones descrit al briefing. La presència clara d'un membre dels cossos uniformats en la proposta amb la mirada activa a càmera encaixa amb el tercer públic objectiu descrit al briefing (persones interessades en formar part dels cossos uniformats). No encaixa, però, amb el públic objectiu de la ciutadania en general.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	
POSTDATA DISSENY I COMÚNICACIÓ, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no encaixa amb cap dels públics objectius descrits al briefing. La proposta presenta una imatge de varies persones d'avançada edat jugant a escacs, pel que no encaixa amb el primer públic objectiu com a ciutadania en general, sinó que sembla centrar-se en únicament en el públic d'avançada edat. L'enfocament i proporcionalitat de les imatges escollides per a representar els cossos uniformats (de fons i de forma pixel·lada) no permet que els públics objectius segon i tercer descrits al briefing es sentin identificats.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
CENESEPRO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no encaixa amb cap dels públics objectius descrits al briefing. El tipus de proposta presentada no permet identificar amb claredat i concisió el públic objectiu al qual es dirigeix. Encara que la proposta inclou una fotografia de dos guàrdies urbans caminant, aquesta és petita en comparació amb altres elements de la proposta. El destinatari de la proposta és massa genèric.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
RDCOMÚNICACIÓ 2018, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts



<p>La proposta encaixa amb dos dels públics descrits al briefing. La presència d'una dona com a primera imatge d'un grup d'agents en fila pot cridar l'atenció del públic objectiu de dones descrit al briefing. La presència clara i significativa dels cossos uniformats en la proposta encaixa amb el tercer públic objectiu descrit al briefing (persones interessades en formar part dels cossos uniformats). No encaixa, però, amb un missatge que arribi a la ciutadania en general. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	
SAPRISTI ESTUDIO CREATIVO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
FOLCH STUDIO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra dos dones del cos de policia patrullant pels carrers de Barcelona, mentre que la proposta horitzontal mostra dos agents dels cossos uniformats en motocicleta a un espai rural. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
MINIMILKS	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 2 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
JAX HONEST, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la</p>	



clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 5 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
---	--

Es valora únicament el cartell vertical i horitzontal de la pàgina 4 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.

La proposta no encaixa amb cap dels públics descrits al briefing. La proposta no representa al cos actual de policia (vestimenta) ni tampoc a la ciutat de Barcelona (no s'identifica el carrer escollit a la proposta amb els característics de la ciutat de Barcelona). Tot i estar protagonitzat per dibuixos d'agents, el tipus de gràfica no permet la identificació de les possibles candidates amb el servei públic que desenvolupa la Guàrdia Urbana.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
---	--

La proposta no encaixa amb cap dels públics descrits al briefing. Encara que la proposta presenta un grup dels cossos uniformats assistint a una formació o acte; aquests ho fan en una actitud passiva i per tant, no reflexa la proactivitat de la inscripció a una convocatòria. La imatge de dues dones en primera fila de l'aula, en el marc d'un grup de persones totes elles en actitud passiva, tampoc és suficient per a que pugui encaixar amb el públic objectiu de les dones .

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

CHÂRLES PUBLICITAT, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
---------------------------------	--

La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia d'una noia del cos policial de perfil atenent en un acte o formació que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.



QUIN TEAM, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra un grup d'agents del cos de policia atenant en una formació o acte, mentre que la proposta horitzontal dues agents del cos circulant en motocicleta. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
SOMETHING TO SAY, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no encaixa amb cap dels públic objectius descrits al briefing. La imatge presenta el primer pla de dos rostres (dos rostres en zoom; dels que el que més crida l'atenció són els ulls de color blau dels mateixos) que no pot encaixar amb cap dels públics objectius als qual s'adreça. D'entrada, la proposta no crida l'atenció de cap dels públics descrits al briefing. No és intuïtiva per al públic al qual s'hauria d'adreçar.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
AFTER WORLDWIDE, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 22 i el cartell horitzontal de la pàgina 24 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>La proposta encaixa amb els tres dels públics descrits al briefing. La presència d'una única dona amb actitud activa com a element principal pot cridar l'atenció del públic objectiu de dones descrit al briefing. La actitud de la mateixa, la tipografia i la composició general de la peça fa que la proposta encaixi amb el públic objectiu de ciutadania de Barcelona que creu en la seguretat de la ciutat. La presència clara i significativa dels cossos uniformats en la proposta encaixa amb el tercer públic objectiu descrit al briefing (persones interessades en formar part dels cossos uniformats).</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
EL GUATEQUE, AGENCIA DE COMUNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no encaixa amb cap dels públic objectius descrits al briefing. El tipus de proposta (utilització de text i colors com a únics recursos) no permet identificar amb claredat i concisió el públic objectiu al qual es dirigeix. El destinatari de la proposta és molt genèric. Tampoc la frase "Volem el millor cos" no sembla del tot encertada per a captar l'atenció de cap dels públics objectius.</p>	



Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
LAB CREATIVE STUDIO	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta encaixa amb dos dels públics descrits al briefing. La utilització d'un espai emblemàtic de la ciutat de Barcelona fa que la proposta encaixi amb el missatge per a la ciutadania en general que creu en la seguretat de la ciutat. La presència d'un agent de la Guàrdia Urbana com a protagonista apel·la a les persones que volen accedir al cos. No obstant, tot i ser un dona la protagonista de l'anunci, en estar d'esquenes, no fa una apel·lació eficaç al públic de dones. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
BOSCH TORRELLES	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
WE ARE COCU, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no encaixa amb cap dels públics objectius descrits al briefing. La proposta presenta la silueta pixel·lada d'una dona del cos policial a l'estil videojoc. El tipus de recurs pixel·lat utilitzat no pot captar l'atenció de cap dels públics objectius. Sembla que cridaria més l'atenció del públic del sector <i>gamer</i> o d'un públic infantil i juvenil, que dels descrits al briefing. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
BWORLD PRODUCTIONS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 12 i el cartell horitzontal de la pàgina 17 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP. La proposta no encaixa amb cap dels públics descrits al briefing. La proposta no representa al cos actual de policia (vestimenta) ni tampoc a la ciutat de Barcelona (no s'identifica la ciutat de Barcelona). Encara que fa referència a les dones, tant amb la imatge com amb el text, no atrau l'atenció del públic objectiu de les dones descrit al briefing perquè la imatge no és realista i per tant, no és propera. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
PROXI DESIGN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.	



<p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra el perfil frontal d'una noia, mentre que la proposta horitzontal mostra un noi. Tampoc el fons de les imatges coincideix. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
WIN & KEN, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta encaixa amb un dels públics descrits al briefing perquè hi ha una presència significativa dels cossos uniformats en la proposta, cosa que encaixa amb el tercer públic objectiu descrit al briefing (persones interessades en formar part dels cossos uniformats). No obstant, els tons blaus de les fotografies fa que no es pugui identificar la ciutat de Barcelona, pel que no encaixa amb el context ni amb el missatge per a la ciutadania en general que creu en la seguretat de la ciutat. Finalment, la presència (discreta) de la dona en la proposta no crida l'atenció del públic objectiu de dones descrit al briefing.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
ATIPUS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no encaixa amb cap dels públics objectius descrits al briefing. El tipus de proposta presentada (utilitza únicament el recurs de text i color) no permet identificar amb claredat i concisió el públic objectiu al qual es dirigeix. El destinatari de la proposta és molt genèric. La proposta presenta una espècie de sanefa blava, quadriculada i en moviment sobre un fons groc. No s'identifica el públic destinatari.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
BOTH PEOPLE & COMMS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta encaixa amb un dels públics descrits al briefing. La presència clara i significativa dels cossos uniformats en la proposta encaixa amb el tercer públic objectiu descrit al briefing (persones interessades en formar part dels cossos uniformats). Encara que la proposta incorpora diferents perfils de la ciutadania de Barcelona, la seva composició no capta l'atenció per a la ciutadania de la ciutat. Tampoc fa èmfasi en el públic objectiu de les dones.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
FUERA DE CAMPO PRODUCCIONES, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No es pot valorar la proposta presentada perquè el contingut no coincideix ni encaixa amb el descrit al briefing. La proposta presentada fa referència a "Clients amb Nom i Cognoms". Sembla que hi ha hagut un error en el moment de pujar el document oportú: el presentat no correspon amb l'objecte d'aquesta licitació.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TEMAS DE COMUNICACION PUBLICITARIA, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no encaixa amb cap dels públics descrits al briefing. La proposta no presenta cap</p>	



imatge que s'identifiqui amb Barcelona ni amb el seu context. Així mateix, els agents de la proposta no representen a l'actual cos de guàrdia urbana (vestimenta). La presència (discreta) de la dona en la proposta tampoc crida l'atenció del públic objectiu de dones descrit al briefing. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

1.2. Innovació de la proposta visual i claim, fins a 8 punts

S'entén per innovació la capacitat de no copiar ni imitar vells recursos o recursos d'altri.

Justificació: La innovació en la idea creativa és un factor de gran importància en les campanyes de publicitat, ja que la creació de nous recursos gràfics aporta singularitat i notorietat a la idea creativa, fa de la creativitat associada a la campanya un tot distingible i original i atorga, a la llarga, una major repercussió mediàtica de la campanya.

Els 8 punts es ponderaran de la següent manera:

- Molt bé: La idea no copia ni imita vells recursos o recursos d'altri; 8 punts.
- Bé: La idea copia i/o imita parcialment vells recursos o recursos d'altri; 5 punts.
- Insuficient: La idea copia i/o imita vells recursos o recursos d'altri; 0 punts.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;

2. Innovació de la proposta visual i claim	Puntuació màxima 8 punts
DLAB	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Encara que les fotografies utilitzades en ambdós cartells són molt semblants – un grup de joves – no es la mateixa. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
CONCOCO COMUNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la</p>	



clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia de dos agents del cos policial d'esquenes que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

TOWN (EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.)	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
---	--

Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 20 i el cartell horitzontal de la pàgina 23 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.

S'incorporen elements gràfics propis de la Guàrdia Urbana que faciliten la identificació de la temàtica de l'anunci: els colors corporatius del cos o la sanefa de quadres. El *claim* identifica la ciutat amb el cos a través de les paraules "Barcelona" i "urbana" i les fa protagonistes. Reforça aquesta idea amb la paraula "més", cosa que potencia tant la ciutat com la Guàrdia Urbana. La combinació dels recursos aporta singularitat i originalitat a la idea, sense copiar ni imitar vells recursos.

Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.

JOFRE SANFELIU SANFELIU	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
--------------------------------	--

S'incorporen elements com els colors corporatius del cos o la sanefa de quadres, cosa que aporta singularitat. Però la idea de relacionar la foto d'una dona i la forma "dona" del verb donar és una idea que ja s'ha vist i que resta originalitat a la proposta. Per tant, es considera parcialment innovadora.

Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.

POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
---	--

El recurs gràfic principal, una fotografia d'uns homes grans jugant a escacs, no mostra en primer terme ni de manera concisa la Guàrdia Urbana, sinó que la deixa en un molt llunyà segon pla. El que mostra la imatge pot confondre sobre qui té el protagonisme en el cartell i remetre a altres realitats més enllà del cos policial modern i en creixement de què parla el *briefing*. No es percep la creació de nous elements gràfics que aportin singularitat i notorietat a la idea creativa; per tant, no es considera innovadora, ni tampoc parcialment innovadora.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

CENESEPRO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
------------------------	--

La proposta posa l'accent en gran quantitat de recursos textuais per fer al·lusió als missatges de



què parla el *briefing*. Els acompanya amb una fotografia poc singular, que no transmet per sí sola i de manera concisa aquests missatges. No es percep la creació de nous elements gràfics que aportin singularitat i notorietat a la idea creativa; per tant, no es considera innovadora, ni tampoc parcialment innovadora.
Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

RD COMÚNICACIÓ 2018, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
5 punts**

Presenta una manera força original de combinar alguns elements gràfics propis de la Guàrdia Urbana per facilitar la identificació de la temàtica de l'anunci. Però la proposta resulta més explicativa que conceptual i això li resta originalitat i fa que no es pugui considerar cent per cent innovadora, sinó només parcialment innovadora.
Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.

SAPRISTI ESTUDIO CREATIVO, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
0 punts**

No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical.
Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

FOLCH STUDIO, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
0 punts**

La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra dos dones del cos de policia patrullant pels carrers de Barcelona, mentre que la proposta horitzontal mostra dos agents dels cossos uniformats en motocicleta a un espai rural. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

MINIMILKS

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
0 punts**

La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 2 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.



Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
JAX HONEST, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 5 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical i horitzontal de la pàgina 4 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>La proposta no transmet la tasca de servei públic que desenvolupa la Guàrdia Urbana. Es fonamenta en una il·lustració que resulta artificial i que imita l'imaginari propi de videojocs d'acció. No es percep la creació de nous elements gràfics singulars, sinó que suggereix que ha estat creada amb IA. Atès que la proposta no conté recursos nous que aportin originalitat a la idea creativa, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta imita l'estètica d'un cartell amb l'ús d'una taula, en les cel·les de la qual s'han escrit frases i s'ha incrustat una fotografia. La composició de la proposta gràfica i la distribució de la informació textual en cel·les fa dispersa la jerarquia de missatges. El símbol "+" superposat a la fotografia es perd en la imatge. La utilització dels recursos no aporten singularitat ni originalitat a la idea creativa i, per tant, no es considera innovadora ni tampoc parcialment innovadora.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
CHÂRLES PUBLICITAT, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són</p>	



idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia d'una noia del cos policial de perfil atenent en un acte o formació que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

QUIN TEAM, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
0 punts**

La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra un grup d'agents del cos de policia atenent en una formació o acte, mentre que la proposta horitzontal dues agents del cos circulant en motocicleta. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

SOMETHING TO SAY, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
0 punts**

La proposta visual inclou una fotografia que causa sorpresa perquè resulta estranya i anòmala. L'ús d'elements estranys i anòmals per despertar l'interès o la curiositat de la gent és un recurs que la publicitat utilitza de vegades per crear expectatives i misteri. En aquest sentit, la proposta no es considera innovadora ja que copia o imita vells recursos.
Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

AFTER WORLDWIDE, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
8 punts**

Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 22 i el cartell horitzontal de la pàgina 24 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.

El *claim* s'ha construït a partir d'un joc creatiu de paraules i el cartell conjuga diferents recursos gràfics i textuais de manera que queden acoblats i encadellats. El resultat no són elements especejats, sinó un producte amb identitat pròpia, cohesionat, únic i original. En aquest sentit, es considera innovador atès que la idea no copia recursos emprats de forma habitual.

Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.

EL GUATEQUE, AGENCIA DE COMUNICACIÓN, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
0 punts**

La proposta no conté recursos nous que aportin originalitat a la idea creativa. Es basa només en el tractament gràfic del *claim*, la qual cosa no és un recurs nou i, per tant, no és innovador. Joga amb els mateixos colors que una marca de mobles sueca sobradament coneguda i això pot donar



<p>peu a no identificar qui és protagonista de l'anunci. D'altra banda, el significat del <i>claim</i> és equívoc. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
LAB CREATIVE STUDIO	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta mostra poca innovació en basar-se en la presentació de textos acompanyats d'una fotografia per contextualitzar-los: un recurs poc singular, més explicatiu que conceptual. No obstant, el tractament de la fotografia i els textos mostra certs elements innovadors i proporcionats. Per tot això, atès que la proposta és parcialment innovadora, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	
BOSCH TORRELLES	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
WE ARE COCU, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no aporta elements nous. Per exemple, el recurs principal, el de pixel·lar els elements gràfics i textuais del cartell, recorda campanyes adreçades al públic infantil, gens escaient per parlar d'un cos policial. La proposta utilitza recursos corrents en un tipus de cartellera, adreçada a públic infantil i juvenil o el sector <i>gamer</i>. Hi ha un especejament dels elements que dificulta que quedin cohesionats i que no propicia la creació d'un producte singular i únic. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
BWORLD PRODUCTIONS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 12 i el cartell horitzontal de la pàgina 17 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>El cartell presentat al concurs no es considera innovador perquè està fet amb una il·lustració generada per IA, amb un resultat que no s'ajusta ni a la imatge ni a la identitat real de la Guàrdia Urbana, perquè imita la portada d'un còmic. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
PROXI DESIGN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p>	



<p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra el perfil frontal d'una noia, mentre que la proposta horitzontal mostra un noi. Tampoc el fons de les imatges coincideix. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
WIN & KEN, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no resulta innovadora, ja que hi ha un especejament dels elements que no dona lloc a un producte únic ni original, que envii un missatge clar i cohesionat. La proposta no aporta recursos nous sinó que copia recursos força utilitzats. El fet d'utilitzar lletres buides, transparents, definides només pel contorn i, d'altra banda, el color d'aquest contorn, pot afectar l'accessibilitat i fer que algunes persones no el puguin llegir fàcilment.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
ATIPUS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No s'han incorporat elements gràfics ni fotogràfics nous, que creïn una campanya original i notòria, per tant, no es considera innovadora. La proposta (almenys en el format vertical) no acaba de funcionar gràficament perquè la distribució de les formes quadrades i rectangulars blaves i grogues contrasten de tal manera que creen un efecte visual anomenat <i>moiré</i>. Aquesta interferència visual afecta l'accessibilitat.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
BOTH PEOPLE & COMMS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>El cartell utilitza un fotomuntatge a partir d'agents retallats d'una fotografia i que repeteix i superposa moltes vegades. Aquestes repeticions fan que la imatge no sigui realista, la qual cosa resta credibilitat a la Guàrdia Urbana. Fa una explicació resumida dels missatges en un paràgraf en lloc de conceptualitzar-los. En aquest sentit, no crea recursos nous que aportin singularitat, notorietat o originalitat a la idea creativa, tal com es demana al <i>briefing</i>.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
FUERA DE CAMPO PRODUCCIONES, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No es pot valorar la proposta presentada perquè el contingut no coincideix ni encaixa amb el descrit al <i>briefing</i>. La proposta presentada fa referència a "Clients amb Nom i Cognoms". Sembla que hi ha hagut un error en el moment de pujar el document oportú: el presentat no correspon amb l'objecte d'aquesta licitació.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TEMAS DE COMUNICACION PUBLICITARIA, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no resulta innovadora, ja que hi ha un especejament dels elements que no dona lloc a un creació singular, que és el que es valora al <i>briefing</i>. El recurs principal de la proposta visual del cartell és el <i>claim</i>, la tipografia del qual costa d'associar a la imatge i identitat de la Guàrdia</p>	



Urbana, ja que resulta poc neutra i formal.

Per tot això, atès que la proposta no aporta recursos nous que aportin originalitat a la idea creativa, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

1.3. Aplicació del **manual d'identitat gràfica** en el format cartell DIN A4, fins a **8 punts**

Justificació: Totes les comunicacions que emet l'Ajuntament de Barcelona han de seguir el manual d'identitat gràfica. Aquest criteri permet valorar el grau d'aplicació del manual d'identitat gràfica en els productes que elabori l'empresa licitadora, i així garantir la correcte execució de les accions comunicatives.

El manual d'identitat gràfica de l'Ajuntament de Barcelona està disponible a:

<https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/CAPITOLS/CAP5.pdf>

Per a la seva puntuació es valoraran l'aplicació correcte dels tres aspectes següents:

1. Que tots els elements de la proposta s'adeqüen als formats i proporcions previstos al manual d'identitat gràfica
2. Que la convivència entre dos logos segueix el previst en el manual d'identitat gràfica (com exemple, s'ha de presentar la convivència entre el logo de l'Ajuntament de Barcelona i el de la Guàrdia Urbana d'acord amb el briefing de la proposta inclòs a l'Annex)
3. Que s'identifica correctament del format del logo de l'Ajuntament de Barcelona i que s'aplica correctament a la proposta que es presenta, d'acord amb el manual d'identitat gràfica

Els 8 punts es ponderaran de la següent manera:

- Molt bé: Els 3 aspectes són correctes; 8 punts:
 - o la proposta de cartell DIN A4 respecta el format i les proporcions que s'estableixen al manual de normativa gràfica
 - o la convivència entre els logos de l'Ajuntament de Barcelona i la Guàrdia Urbana segueix el previst en el manual d'identitat gràfica
 - o la identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona és correcte
- Bé: L'aspecte 1 és correcte però el 2 o el 3 no ho són; 5 punts:
- Insuficient: L'aspecte 1 és correcte però el 2 i el 3 no ho són o bé l'aspecte 1 és incorrecte, encara que els altres dos siguin correctes, o si els 3 aspectes són incorrectes; 0 punts.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;



3. Aplicació del manual d'identitat gràfica	Puntuació màxima 8 punts
DLAB	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Encara que les fotografies utilitzades en ambdós cartells són molt semblants – un grup de joves – no es la mateixa. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
CONCOCO COMUNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia de dos agents del cos policial d'esquenes que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TOWN (EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.)	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 20 i el cartell horitzontal de la pàgina 23 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcta; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. Els logos són correctes però no la seva disposició, ja que no respecta els marges estipulats a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors).</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	



JOFRE SANFELIU SANFELIU	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona. Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.	
POSTDATA DISSENY I COMÚNICACIÓ, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona. Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.	
CENESEPRO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcte; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. Els logos són correctes però no la seva disposició, ja que no respecta els marges estipulats a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors). Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
RDCOMÚNICACIÓ 2018, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcte; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. En la proposta el logo de la Guàrdia Urbana apareix a la part superior, i la normativa preveu que en els casos de coorganitzadors, la signatura corporativa es col·locarà a la dreta de la part inferior i el coorganitzador a la mateixa mida i alçada a la part esquerra. Per tant, no respecta les indicacions que figuren a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors). Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
SAPRISTI ESTUDIO CREATIVO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
FOLCH STUDIO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la	



clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra dos dones del cos de policia patrullant pels carrers de Barcelona, mentre que la proposta horitzontal mostra dos agents dels cossos uniformats en motocicleta a un espai rural. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

MINIMILKS	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
------------------	--

La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 2 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

JAX HONEST, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
-------------------------	--

La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.

Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 5 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.

Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
---	--

Es valora únicament el cartell vertical i horitzontal de la pàgina 4 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.

La proposta no aplica bé cap dels tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP.



Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcte; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. Els logos són correctes però no la seva disposició, ja que no respecta els marges estipulats a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors). Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
CHÂRLES PUBLICITAT, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4. Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia d'una noia del cos policial de perfil atenent en un acte o formació que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
QUIN TEAM, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4. Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra un grup d'agents del cos de policia atenent en una formació o acte, mentre que la proposta horitzontal dues agents del cos circulant en motocicleta. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
SOMETHING TO SAY, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcte; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana	



conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. Els logos són correctes però no la seva disposició, ja que no respecta els marges estipulats a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors).
Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.

AFTER WORLDWIDE, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
5 punts**

Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 22 i el cartell horitzontal de la pàgina 24 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.

La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcta; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. Els logos són correctes però no la seva disposició, ja que no respecta els marges estipulats a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors).
Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.

EL GUATEQUE, AGENCIA DE COMUNICACIÓN, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
8 punts**

La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona.
Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.

LAB CREATIVE STUDIO

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
8 punts**

La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona.
Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.

BOSCH TORRELLES

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
0 punts**

No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical.
Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.

WE ARE COCU, S.L.

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
5 punts**

La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcta; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. Els logos són correctes però no la seva



<p>disposició, ja que no respecta els marges estipulats a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors). Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	
BWORLD PRODUCTIONS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 12 i el cartell horitzontal de la pàgina 17 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona. Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
PROXI DESIGN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra el perfil frontal d'una noia, mentre que la proposta horitzontal mostra un noi. Tampoc el fons de les imatges coincideix. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
WIN & KEN, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona. Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
ATIPUS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona. Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
BOTH PEOPLE & COMMS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa:



	8 punts
<p>La proposta aplica molt bé els tres criteris del manual d'identitat gràfica referits al PCAP: adequació de formats i proporcions, convivència dels logos i identificació i aplicació del logo de l'Ajuntament de Barcelona.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
FUERA DE CAMPO PRODUCCIONES, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No es pot valorar la proposta presentada perquè el contingut no coincideix ni encaixa amb el descrit al briefing. La proposta presentada fa referència a "Clients amb Nom i Cognoms". Sembla que hi ha hagut un error en el moment de pujar el document oportú: el presentat no correspon amb l'objecte d'aquesta licitació.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TEMAS DE COMUNICACION PUBLICITARIA, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta aplica bé els criteris del manual d'identitat gràfica en el cartell DIN A4 pel que fa a format i proporcions. La proposta identifica el logo de l'Ajuntament de Barcelona de forma correcta; però no aplica correctament la convivència entre aquest i el logo de la Guàrdia Urbana conforme el previst en el manual d'identitat gràfica. Els logos són correctes però no la seva disposició, ja que no respecta els marges estipulats a les pàgines 88 i 89 del capítol 5 del Manual d'Identitat Gràfica (Signatura corporativa amb patrocinadors/col·laboradors).</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	

1.4. Adequació de l'**aplicació online** de la proposta, fins **8 punts**

L'adequació de l'aplicació online en format story d'Instagram.

Justificació: Actualment, un pla de comunicació ha d'incorporar una aplicació online, per a complir els seus objectius, a través de les xarxes socials. Aquests productes han de seguir el llenguatge de les xarxes socials per a poder ser efectius.

Es considera llenguatge efectiu aquell que compleix amb els següents aspectes:

1. **Dinamisme** : Es valorarà que les propostes no siguin estàtiques, sinó que incorporin elements dinàmics.
2. **Precisió**: Es valorarà que les propostes incloguin un missatge concís d'acord amb l'objecte de la proposta.
3. **Adequació**: Es valorarà que les propostes demostrin coneixement i la correcta aplicació del format d'Instagram, el qual l'empresa ha de conèixer.

Els 8 punts es ponderaran de la següent manera:

- Molt bé: l'story compleix amb els 3 aspectes mencionats. L'story és dinàmic, dona un missatge precís i s'adequa al format d'Instagram stories; 8 punts.



- Bé: l'story compleix amb l'aspecte 1 però no amb el 2 o amb el 3. L'story és dinàmic, però no dona un missatge precís o no s'adequa al format d'Instagram stories; 5 punts.
- Insuficient: l'story compleix amb l'aspecte 1 però no amb el 2 ni amb el 3. L'story és dinàmic però no dona un missatge precís ni tampoc s'adequa al format d'Instagram Stories; 0 punts. També rebrà 0 punts si l'aspecte 1 és incorrecte, encara que els altres dos siguin correctes, o si els 3 aspectes són incorrectes.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;

4. Adequació de l'aplicació online de la proposta	Puntuació màxima 8 punts
DLAB	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La story és dinàmica ja que aporta diverses imatges i textos, tot i no incorporar música de fons, i presenta un missatge de forma precisa i adequada a l'objecte de la proposta. La peça, però, no s'adequa a la correcta aplicació del format d'Instagram pel que fa a la mida en píxels. Per tant, no es demostra que conegui adequadament la correcta aplicació del format d'Instagram. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	
CONCOCO COMUNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La story és dinàmica, ja que incorpora música, blocs de textos en moviment i fotografies, elements que fan més amena la visualització. També s'adequa al format d'Instagram. De totes maneres, la peça no és prou concisa ja que no acaba d'aterrar en el missatge objecte de la convocatòria. Només es menciona la convocatòria de 500 places sense acabar de desenvolupar la resta de missatges importants per entendre el relat com l'increment de la seguretat, la pluralitat i diversitat cultural i les millores implementades. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	
TOWN (EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.)	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>La story compleix amb els tres criteris demanats: és dinàmica, ja que inclou imatges i textos en moviment; el missatge es presenta de forma precisa, directa i clara, incorporant diversos continguts com el civisme, la seguretat i una crida final que anima a participar en la convocatòria de places; i, per últim, hi ha una correcta aplicació del format d'Instagram stories. Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
JOFRE SANFELIU SANFELIU	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta incorpora elements dinàmics amb imatges i text en moviment, i s'adequa en format als requisits d'Instagram stories, però no acaba d'oferir un missatge precís i concís d'acord amb l'objecte de la proposta, ja que es donen missatges massa genèrics i s'obvia informació important</p>	



de la convocatòria, com la dotació de l'oferta. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
POSTDATA DISSENY I COMÚNICACIÓ, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La story incorpora elements dinàmics, com textos en moviment, vídeos, veu en off i música de fons. Per últim, tot i que el vídeo compleix en format als requeriments d'Instagram story, no ofereix un missatge clar i concís i s'obvien els claims secundaris de paritat, interculturalitat i augment d'efectius, així com les millores del cos dels darrers anys. Per tot això es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
CENESEPRO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta compleix el requisit de dinamisme en la presentació de la informació però no inclou missatges prou concisos, ja que ofereix disparitat i excés de missatges sense un fil conductor que li atorgui coherència. La peça s'adequa al format Instagram storys. Per tot això es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
RDCOMÚNICACIÓ 2018, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta incorpora elements dinàmics com imatges i textos en moviment i presenta els missatges de forma entenedora i concisa, mitjançant línies de text que van apareixent en pantalla d'una forma sintètica i entenedora i d'acord amb l'objecte de la proposta. La peça, però, no s'adequa a la correcta aplicació del format d'Instagram pel que fa a la mida en píxels. Per tant, no es demostra que conegui adequadament la correcta aplicació del format d'Instagram. Per tot això es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
SAPRISTI ESTUDIO CREATIVO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta online és dinàmica, incorpora música, imatges i textos en moviment, però el missatge no és concís ni clar i obvia informació rellevant com l'oferta de places de la convocatòria, el call to action i l'enllaç a la pàgina d'aterratge o web destí. La peça, tampoc s'adequa a la correcta aplicació del format d'Instagram pel que fa a la mida en píxels. Per tot això es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
FOLCH STUDIO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
L'aplicació online de la campanya és encertada en la seva proposta pel tipus d'imatges, que mostren situacions quotidianes de la Guàrdia Urbana de manera positiva i alhora activa. La peça és dinàmica, ja que inclou diversos vídeos, malgrat que li manqui música de recurs. També inclou missatges clars. La peça, però, no s'adequa a la correcta aplicació del format d'Instagram pel que fa a la mida en píxels. Per tant, no es demostra que conegui adequadament la correcta aplicació del format d'Instagram. Per tot això es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
MINIMILKS	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts



<p>L'aplicació online de la proposta és molt dinàmica i encertada en el plantejament, amb textos, imatges i elements gràfics en moviment, i s'adequa al format d'Instagram storys però els missatges no s'adeqüen amb l'objecte de la proposta ja que no s'aporta informació sobre les millores al cos ni sobre la pluralitat i diversitat cultural, ni tampoc es tanca amb un call to action per animar a visitar la pàgina, obtenir més informació o apuntar-se a la convocatòria. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
JAX HONEST, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No presenta aplicació online (no es pot obrir arxiu de dins el PDF), pel que es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>L'aplicació online incorpora elements dinàmics, amb imatges i textos en moviment, però no incorpora un missatge precís i obvia informació important de la campanya, com les dades de la convocatòria. La peça, tampoc s'adequa a la correcta aplicació del format d'Instagram pel que fa a la mida en píxels. Per tot això es proposa una puntuació de 0 sobre 8.</p>	
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La peça online juga amb encert amb diferents elements dinàmics com textos i imatges en moviment, però no inclou un missatge concís, ja que ofereix diferents missatges sense tenir un fil conductor clar. La proposta s'adequa al format d'Instagram stories. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
CHÂRLES PUBLICITAT, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>La story incorpora elements dinàmics amb textos, imatges i gràfics en moviment, i també compleix amb el requisit de precisió, ja que es presenta el missatge de forma clara, concisa i entenedora, a través de diferents slides que expliquen cada un dels diferents conceptes de la convocatòria de forma ordenada: objecte de la convocatòria, detalls de la convocatòria i tancament amb call to action directe. La proposta també demostra una correcta aplicació al format d'Instagram. Per tot això es proposa una puntuació de 8 sobre 8.</p>	
QUIN TEAM, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta online incorpora elements dinàmics, amb textos i imatges en moviment, tot i que les imatges es canvien a una velocitat excessiva, però la peça no és precisa ni incorpora un missatge prou entenedor ni concís, d'acord amb l'objecte de la convocatòria. La peça s'adequa al format d'Instagram stories. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
SOMETHING TO SAY, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts



<p>La seva derivació online és dinàmica, amb textos i imatges en moviment, però no incorpora un missatge clar i concís, que reflecteixi l'objectiu de la convocatòria i que representi els valors de la Guàrdia Urbana. La peça, a més, no s'adequa a la correcta aplicació del format d'Instagram pel que fa a la mida en píxels. Per tant, no es demostra que conegui adequadament la correcta aplicació del format d'Instagram. Per tot això es proposa una puntuació de 0 sobre 8.</p>	
AFTER WORLDWIDE, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>La seva derivació online serveix per reforçar aquests missatges en un llenguatge ben aplicat per fer-los entenedors en el context digital. La peça és dinàmica, amb textos i vídeos en moviment i música de recurs; precisa, amb missatges clars i concisos, com la seguretat, la igualtat, la confiança ciutadana i l'augment d'efectius, a més d'incorporar la menció de les 500 places i un call to action clar, i s'adequa al format d'Instagram stories, demostrant un ple coneixement de la xarxa social. Per tot això es proposa una puntuació de 8 sobre 8.</p>	
EL GUATEQUE, AGENCIA DE COMUNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta online és dinàmica, amb música, imatges i text. No obstant, no hi ha un missatge concís que s'adeqüi a l'objecte de la convocatòria i el claim "Volem el millor cos" pot ser interpretat amb una visió sexista i cosificada de la Guàrdia Urbana. La peça s'adequa al format d'Instagram Storys. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
LAB CREATIVE STUDIO	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta online és dinàmica, amb text i imatges en moviment, i entenedora i s'adequa al format d'Instagram storys però el missatge "Som més, som la Urbana" no és prou concís ni incorpora tots els missatges principals de la convocatòria, com la igualtat i les millores al cos. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
BOSCH TORRELLES	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta per a Instagram és dinàmica, amb vídeos i text, però té un ritme massa lent. Incorpora un missatge "Cuidem la nostra ciutat" que no és prou concís, és massa genèric, sense detallar altres aspectes rellevants com la pluralitat i les millores del cos, i li manca un call to action clar i, per últim, s'adequa al format d'Instagram storys, tot i ser és excessivament llarg en durada. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
WE ARE COCU, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>La versió online compleix amb el requisit de dinamisme, amb música, textos i gràfics en moviment, incorpora un missatge precís i concís, abordant totes els aspectes de la convocatòria, com la pluralitat, la igualtat, les millores tecnològiques, la seguretat i la nova convocatòria de places, amb una crida final clara i engrescadora, malgrat que utilitza una gràfica més propera a altres àmbits més lúdics com els infantils o el del món <i>gamer</i>. La peça s'adequa al format d'Instagram storys. Per tot això es proposa una puntuació de 8 sobre 8.</p>	



BWORLD PRODUCTIONS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>L'aplicació online és dinàmica, amb textos, música i grafismes en moviment, però s'allunya de la realitat del cos de la Guàrdia Urbana presentant una imatge cosificada de les agents, poc realista i seriosa. La proposta no presenta un missatge prou entenedor i concís de l'objecte de la convocatòria i tampoc s'adequa a la correcta aplicació del format d'Instagram pel que fa a la mida en píxels. Per tot això es proposa una puntuació de 0 sobre 8.</p>	
PROXI DESIGN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La versió per a Instagram és dinàmica, amb vídeo, imatges i text en moviment. La proposta s'adequa al format d'Instagram storys però el missatge és poc entenedor i molt genèric, barrejant el "Vull una ciutat segura" que seria un desig enfocat a ciutadania en general, amb "Vull ser Urbana" dirigit exclusivament als futurs candidats/es al cos. No es menciona ni la pluralitat, ni la igualtat ni les millores al cos policial. A més, les imatges d'estoc de persones del carrer s'allunyen de la realitat del cos policial. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
WIN & KEN, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta online és dinàmica i variada, incorporant diferents elements gràfics, i també s'adequa al format d'Instagram storys, demostrant un coneixement de les aplicacions en aquesta xarxa social. Malgrat tot, la peça no proposa un missatge i un claim "Amb tu som més" prou concís d'acord amb els objectius i missatges principals requerits, com la pluralitat, la igualtat i les millores en el cos. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
ATIPUS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta online és dinàmica i juga amb les formes i colors vius, malgrat que només incorpora elements gràfics sense imatges ni música. La peça no s'ajusta als requeriments de precisió, ja que no ofereix un missatge prou clar i entenedor i obvia aspectes rellevants com l'augment de la seguretat, la igualtat i les millores en el cos. A més, fins a la meitat del vídeo no comença el missatge, perdent molta efectivitat i capacitat de retenció. La peça s'adequa al format d'Instagram storys. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	
BOTH PEOPLE & COMMS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La versió online incorpora elements dinàmics, amb fotos i text en moviment, però no presenta un missatge clar i concís i s'obvia informació rellevant com l'augment de la paritat, la innovació tecnològica així com la crida a participar a la convocatòria. La peça s'adequa als requisits de format d'Instagram storys. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.</p>	



FUERA DE CAMPO PRODUCCIONES, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
El missatge no s'ajusta a l'objecte de la convocatòria. Sembla que hi ha hagut un error i que han presentat un vídeo erroni (presentació del barri de Ciutat Vella). Per tot això es proposa una puntuació de 0 sobre 8.	
TEMAS DE COMUNICACION PUBLICITARIA, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La versió online és molt dinàmica i visual, amb música, fotos i text en moviment, però el missatge no és prou concís, ja que no s'entén que es tracta de la convocatòria de places de la Guàrdia Urbana i s'obvien elements importants com la paritat, la diversitat, la seguretat i la innovació tecnològica. A més, li manca un call to action final com a crida a l'acció. La peça s'adequa al format d'Instagram stories, demostrant un coneixement de l'aplicació correcte de la xarxa social. Per tot això es proposa una puntuació de 5 sobre 8.	

1.5. Adequació de la proposta visual i el claim als **missatges** i **context** de la campanya, fins **8 punts**

Justificació: Cada campanya ha d'adequar el missatge i el context al públic al que es destina i d'acord amb la temàtica que tracta.

Els 8 punts es ponderaran de la següent manera:

- Molt bé: la proposta gràfica i el claim responen al missatge principal i també als dos missatges secundaris de la campanya, és a dir, transmet els tres missatges de la campanya; 8 punts.
- Bé: la proposta gràfica i el claim responen al missatge principal, però no a algun dels altres dos missatges secundaris de campanya; 5 punts.
- Insuficient: la proposta gràfica i el claim no transmet el missatge principal o cap dels tres missatges de la campanya; 0 punts.

5. Adequació de la proposta visual i el claim als missatges i context de la campanya	Puntuació màxima 8 punts
DLAB	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.	
Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Encara que les fotografies utilitzades en ambdós cartells són molt semblants – un grup de joves – no es la mateixa. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.	
Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	



CONCOCO COMUNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia de dos agents del cos policial d'esquenes que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TOWN (EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.)	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 20 i el cartell horitzontal de la pàgina 23 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>Tant la proposta visual com el <i>claim</i> s'adeqüen, segons el <i>briefing</i>, al context en què se situa el creixement i millora de la Guàrdia Urbana i al missatge de que el cos cada cop va a més, quantitativa i qualitativament. El cartell transmet el conjunt de missatges de què parla el <i>briefing</i>.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
JOFRE SANFELIU SANFELIU	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
<p>La proposta posa l'accent en la seguretat i en les dones i emmarca aquest binomi en la ciutat. El joc de paraules és enginyós però no acaba de ser rodó. La proposta, però, no transmet el segon missatge secundari perquè no fa referència o transmet la millora del cos.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.</p>	
POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>El <i>claim</i> transmet el missatge principal i el primer secundari. No obstant, la proposta visual - la fotografia d'uns homes d'avançada edat jugant a escacs- només s'adequa al missatge principal en tant que transmet la seguretat en la ciutadania en el gaudi de l'espai públic. La proposta visual, no s'adequa, però, als missatges secundaris ni al context referits al <i>briefing</i>.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
CENESEPRO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta visual no està prou treballada, ja que es basa en molts recursos textuais i en una fotografia corrent, poc singular, que no transmet per sí sola cap dels tres missatges de què parla</p>	



<p>el <i>briefing</i>. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
RDCOMUNICACIÓ 2018, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>Un dels elements textuais resulta equívoc, ja que relaciona "nova convocatòria" amb "4.000 agents el 2024" de tal manera que pot donar peu a pensar que el nombre de places de la convocatòria és de més de 500. La proposta no transmet el missatge principal perquè la informació que es dona és equívoca. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
SAPRISTI ESTUDIO CREATIVO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
FOLCH STUDIO, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra dos dones del cos de policia patrullant pels carrers de Barcelona, mentre que la proposta horitzontal mostra dos agents dels cossos uniformats en motocicleta a un espai rural. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
MINIMILKS	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 2 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	



JAX HONEST, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. Només coincideixen 5 fotografies entre el cartell en format vertical i el format horitzontal. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical i horitzontal de la pàgina 4 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>La proposta visual del cartell no transmet el missatge principal del <i>briefing</i> respecte la millora de la seguretat amb millor servei a la ciutadania de la mà d'un cos proper. Tampoc transmet els missatges secundaris de què parla el <i>briefing</i> ni s'adequa al context que descriu el document.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>No es fa referència al missatge principal de què parla el <i>briefing</i>. L'estètica de la proposta gràfica que evoca el cartell no s'adequa amb els atributs de professionalitat i actualització amb què el <i>briefing</i> descriu la Guàrdia Urbana.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
CHÂRLES PUBLICITAT, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. A la proposta en format horitzontal s'utilitza una fotografia d'una noia del cos policial de perfil atenent en un acte o formació que no apareix en el format vertical. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	



QUIN TEAM, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4.</p> <p>Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra un grup d'agents del cos de policia atenent en una formació o acte, mentre que la proposta horitzontal dues agents del cos circulant en motocicleta. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
SOMETHING TO SAY, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta visual no transmet cap dels missatges a què es refereix el <i>briefing</i>. Entenem que la imatge dels dos rostres, intensificant els ulls dels mateixos pretén crear un joc entre la imatge i el <i>claim</i> "mirada urbana". Podem entendre que, potser, inclús, el color blau dels ulls pretén que el públic l'associï amb el color del cos policial (sinó és d'estranyar que en un país en el que la majoria de la gent té els colors foscos, s'utilitzin aquests. No són representatius). Si la proposta visual i del <i>claim</i> era aquesta, entenem que no és adequada ja que no és ni intuïtiva, ni representativa. No respon ni al missatge, context, públic ni a la temàtica del <i>briefing</i>.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	
AFTER WORLDWIDE, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 8 punts
<p>Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 22 i el cartell horitzontal de la pàgina 24 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP.</p> <p>Tant la proposta visual com el <i>claim</i> s'adeqüen, segons el <i>briefing</i>, al context en què se situa el creixement i millora de la Guàrdia Urbana i al missatge que el cos cada cop va a més, quantitativament i qualitativa, fletxat cap amunt. La creativitat fa al·lusió, tan explícitament com implícita, als tres missatges de què parla el <i>briefing</i>.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 8 punts sobre 8.</p>	
EL GUATEQUE, AGENCIA DE COMÚNICACIÓN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
<p>La proposta no transmet el missatge principal referit al <i>briefing</i>. A més, juga amb les paraules de tal manera que pot donar peu a consideracions de discriminació sexista i cosificació ("Volem el millor cos"), especialment en tant que un dels públics objectius descrits al <i>briefing</i> són les dones.</p> <p>Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.</p>	



LAB CREATIVE STUDIO	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta respon al missatge principal i a un dels secundaris a què es refereix el <i>briefing</i> . La xifra "4.000" no s'explica i tampoc no es transmet el segon missatge secundari. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
BOSCH TORRELLES	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
No es pot valorar la proposta presentada, ja que només es presenta en un dels formats requerits en el PCAP. Es requeria un exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical. Només es presenta proposta en format vertical. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
WE ARE COCU, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
El cartell no transmet cap dels missatges de què parla el <i>briefing</i> . Hi ha elements que no s'expliquen, com la "R" volada i d'altres que són equívocs, com "500 agents + 500 noves places". La proposta, per tant, no es considera adequada. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
BWORLD PRODUCTIONS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
Es valora únicament el cartell vertical de la pàgina 12 i el cartell horitzontal de la pàgina 17 com a proposta. Es tracta del mateix cartell en els dos formats. La resta de contingut del dossier presentat no es valora, ja que d'acord amb el PCAP i les respostes publicades a la plataforma no es valoraran per a la possible obtenció de puntuació, qualsevol altra material addicional no previst al PCAP. El cartell no transmet el missatge principal exposat al <i>briefing</i> . La crida a l'acció que fa no és la que es demanava al <i>briefing</i> i és excloent, perquè explica que es convoquen "500 noves places dirigides a dones". Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
PROXI DESIGN, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no ha pogut ser valorada com a criteri de judici de valor per no reunir els requisits demanats. Les respostes publicades al perfil, i que tenen caràcter vinculant d'acord amb la clàusula 9 del PCAP, definien de forma clara quin era el format de la proposta gràfica que seria acceptat per poder ser valorat com a criteri de judici de valor: un ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica en format horitzontal i vertical PDF DIN A4. Els cartells presentats en format horitzontal i vertical no es poden considerar com ÚNIC CARTELL amb un ÚNIC exemple de proposta gràfica perquè els recursos fotogràfics emprats no són idèntics. La proposta vertical mostra el perfil frontal d'una noia, mentre que la proposta horitzontal mostra un noi. Tampoc el fons de les imatges coincideix. No es pot considerar com a ÚNIC exemple de proposta gràfica. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	



WIN & KEN, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
El <i>claim</i> i la proposta gràfica respon al missatge principal referit al <i>briefing</i> i al primer secundari perquè fa referència i transmet la seguretat a la ciutat i la intenció d'augmentar el nombre d'efectius, però no respon al segon missatge secundari perquè no transmet una millora en el cos. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 8.	
ATIPUS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
El cartell no transmet el missatge principal recollit al <i>briefing</i> . El conjunt no fa referència a cap context. La proposta és massa genèrica i no permet identificar els missatges i el context. La composició del <i>claim</i> en dos línies tant separades -per una espècie de sanefa; que no identifiquem que pretén transmetre- fa que el missatge ("Més propera, Més urbana") perdi cohesió i, per tant, es dificulti la seva comprensió o intenció. A demés, la proposta gràfica no està ben resolta per qüestions d'accessibilitat. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
BOTH PEOPLE & COMMS, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no transmet el missatge principal recollit al <i>briefing</i> . El <i>claim</i> destaca la xifra "4.000", cosa que pot donar peu a pensar a primera vista que la Guàrdia Urbana ja té 4.000 efectius, una dada que no s'entén fins que no es llegeixen les explicacions del paràgraf de la part inferior, llarg i amb un cos de lletra molt petit. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
FUERA DE CAMPO PRODUCCIONES, S.L.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
No es pot valorar la proposta presentada perquè el contingut no coincideix ni encaixa amb el descrit al <i>briefing</i> . La proposta presentada fa referència a "Clients amb Nom i Cognoms". Sembla que hi ha hagut un error en el moment de pujar el document oportú: el presentat no correspon amb l'objecte d'aquesta licitació. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	
TEMAS DE COMUNICACION PUBLICITARIA, S.A.	Puntuació que assoleix l'empresa: 0 punts
La proposta no transmet el missatge principal referit al <i>briefing</i> , ni a través del <i>claim</i> ni a través de la imatge. Encara que el missatge principal hauria de transmetre a la ciutadania que amb l'augment d'efectius millorarà la seguretat a la ciutat, el missatge que transmet la proposta pot provocar l'efecte contrari: que la ciutat no és segura i que per això necessita més urbana. Per tot això, es proposa una puntuació de 0 punts sobre 8.	



Un cop feta l'avaluació de criteris sotmesos a judici de valor del contracte que té per objecte la contractació d'un servei de conceptualització i desenvolupament creatiu, disseny gràfic i producció fins a màsters i per a l'adaptació de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos, el quadre resum de les puntuacions és el següent:

Empresa	CIF/NIF	Públic Objectiu	Innovació	Manual d'identitat gràfica	Aplicació online	Missatge i context	TOTAL
		0-5-8	0-5-8	0-5-8	0-5-8	0-5-8	40
DLAB	B64085954	0	0	0	5	0	5
CONCOCO COMUNICACIÓN, S.L.	B63918585	0	0	0	5	0	5
TOWN (EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.)	B61504551	8	8	5	8	8	37
JOFRE SANFELIU SANFELIU	53089321P	5	5	8	5	5	28
POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, S.L.	B62279856	0	0	8	5	0	13
CENESEPRO, S.L.	B64218381	0	0	5	5	0	10
RDCOMUNICACIÓ 2018, S.L.	B67295493	5	5	5	5	0	20
SAPRISTI ESTUDIO CREATIVO, S.L.	B63551378	0	0	0	0	0	0
FOLCH STUDIO, S.L.	B64307523	0	0	0	5	0	5
MINIMILKS	B55127781	0	0	0	5	0	5
JAX HONEST, S.L.	B66634577	0	0	0	0	0	0
TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	B83013607	0	0	0	0	0	0
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	B66820853	0	0	5	5	0	10
CHÂRLES PUBLICITAT, S.L.	B66362203	0	0	0	8	0	8
QUIN TEAM, S.L.	B62181409	0	0	0	5	0	5
SOMETHING TO SAY, S.L.	B66858606	0	0	5	0	0	5
AFTER WORLDWIDE, S.L.	B64457427	8	8	5	8	8	37



EL GUATEQUE, AGENCIA DE COMÚNICACIÓN, S.L.	B66694886	0	0	8	5	0	13
LAB CREATIVE STUDIO	B67326272	5	5	8	5	5	28
BOSCH TORRELLES	UTE_18A825D8	0	0	0	5	0	5
WE ARE COCU, S.L.	B64914708	0	0	5	8	0	13
BWORLD PRODUCTIONS, S.L.	B66206772	0	0	8	0	0	8
PROXI DESIGN, S.L.	B10721256	0	0	0	5	0	5
WIN & KEN, S.A.	A58602467	0	0	8	5	5	18
ATIPUS, S.L.	B62158381	0	0	8	5	0	13
BOTH PEOPLE & COMMS, S.L.	B62934682	0	0	8	5	0	13
FUERA DE CAMPO PRODUCCIONES, S.L.	B66308073	0	0	0	0	0	0
TEMAS DE COMÚNICACION PUBLICITARIA, S.A.	A60449535	0	0	5	5	0	10